



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

KAJIAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK BUMBU RUJAK KAWISTA (BURAK)

ABSTRACT

KAJIAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK BUMBU RUJAK KAWISTA (BURAK)

Study Of Consumer Preferences on Fruit Salad Dressing Kawista Flavour

Dina Mulyani¹, Cut Nilda¹, Yusriana^{1*}

¹Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas pertanian, Universitas Syiah Kuala

@email: dinamulyani25@gmail.com

Abstrak: Burak merupakan produk bumbu rujak dalam kemasan yang dihasilkan dari salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Banda Aceh, bumbu rujak dalam kemasan. Burak relatif baru dipasarkan, oleh karena itu tanggapan konsumen terhadap produk ini sangat diperlukan untuk pengembangannya. Preferensi konsumen bertujuan untuk menelaah tingkat kesukaan konsumen terhadap produk ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil dan preferensi konsumen terhadap Burak serta mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode survey dan alat bantu berupa kuisioner. Penentuan responden dilakukan dengan rumus Slovin yaitu 100 orang dengan rentang usia 15-54 tahun. Analisis yang dilakukan berupa analisis deskriptif untuk profil konsumen dan analisis nilai indeks untuk preferensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil konsumen Burak yaitu perempuan dengan pendidikan terakhir SMA/ sederajat dan pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa yang belum berpenghasilan. Penilaian konsumen terhadap Burak dengan tanggapan sangat suka 50 % dan suka 45 %. Pertimbangan konsumen membeli Burak karena rasanya dan pemesanan sering dilakukan langsung kepada produsen dengan rentang waktu yang jarang. Konsumen Burak beranggapan puas terhadap label halal, tanpa bahan pengawet, dan khas Aceh pada atribut produk, harga sesuai kualitas dan harga terjangkau pada atribut harga, dan penyajian produk yang menarik pada atribut lokasi penjualan. Konsumen Burak beranggapan belum puas terhadap kemasan mudah dibuka, rasa sesuai selera, desain kemasan menarik pada atribut produk, ketersediaan produk kontinyu pada atribut lokasi penjualan, hubungan masyarakat dan promosi sosial media aktif pada atribut promosi.

Kata kunci: Bumbu rujak kawista, preferensi konsumen, tingkat kepuasan konsumen

Abstract: Burak is a Small, Medium Enterprises product that producing packaged fruit salad dressing in Banda Aceh. Burak is a relatively new product in the society, therefore, consumer preferences research of this product is needed. Consumer preferences aims to find out the level of consumer acceptability of a product. The research was carried out to determine the profile and consumer preferences to Burak. This research also aims to determine the level of consumer satisfaction to marketing mix. The method used for this research were survey method with questionnaires. Respondents determination was done by Slovin formula with ranging 100 people by age group from 15 to 54 year-olds. Descriptive analysis was used to analyze consumer profiles whereas Index Value analysis was used to determine preferences. Results showed that Burak's consumers profile were women with a high school education same level and students/ unpaid students. Consumer assessment of Burak was performed revealing that 50% consumer corresponding to "really like" and 45% consumer "like". Considerations influencing consumers to buy Burak because of the taste. Consumers often order Burak to the factory, but at long time span. Burak's consumers are satisfied with attributes of halal label, without preservatives, Aceh typically of product, the price that match the quality and affordable price, and attractive product view at the market. Burak's consumers are not satisfied yet with attributes of easy-open packaging, taste, packaging design, product stock availability at the market, society relationships with promotions and vigorous social media promotion.

Keywords: Fruit salad with kawista flavour, consumer preferences, level of customer satisfaction.